



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian

Penelitian tentang penilaian masyarakat sebagai audiens mengenai kredibilitas berita media online ini merupakan penelitian dengan jenis kuantitatif dan bersifat deskriptif. Penelitian dengan jenis kuantitatif merupakan penelitian yang tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, penelitian kuantitatif merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas. Walaupun populasi penelitian besar, tetapi dengan mudah dapat dianalisis, baik melalui rumus-rumus statistik maupun komputer (Bungin, 2013: 29).

Penelitian dengan sifat deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu. Kemudian penelitian ini menarik ke permukaan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun variabel tertentu (Bungin, 2013: 48).

3.2 Metode Penelitian

Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner dalam penelitian ini disebarluaskan secara *online* dengan menggunakan bantuan layanan Google Drive.

Teknik penelitian survei adalah penelitian dengan data yang dikumpulkan dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Survei berbeda dengan halnya sensus yang informasinya dikumpulkan dari seluruh populasi. Dengan demikian, penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Effendi, 2012: 3).

Kuesioner yang telah dibuat akan disebarakan kepada responden yang sudah ditentukan jumlahnya dengan memberikan tautan khusus yang akan merujuk pada halaman kuesioner yang telah dibuat. Setelah membuka tautan yang telah diberikan, responden dapat langsung mengisi kuesioner dengan memberikan penilaian terhadap pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2013: 101).

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi *digital natives*. Generasi *digital natives* adalah generasi yang tumbuh dengan teknologi baru. Generasi ini dalam kesehariannya menggunakan teknologi seperti komputer, telepon genggam, pemutar musik digital, di mana penggunaan e-

mail, internet, pesan singkat menjadi bagian dari kehidupan generasi *digital natives* (Prensky, 2001: 1).

Menurut pengertian dari Prensky, dapat diasumsikan bahwa yang termasuk generasi *digital natives* adalah generasi yang lahir mulai dari tahun 1990. Lebih tepatnya generasi yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

- Generasi *digital natives* termasuk generasi yang melek teknologi karena pada saat generasi ini tumbuh besar, lingkungannya dikelilingi oleh teknologi baru yang terus berkembang pesat.
- Generasi ini juga memiliki pola pikir yang cepat. Hal ini dapat disebabkan oleh teknologi serba cepat yang digunakan seiring generasi ini tumbuh.
- Karena kecepatan itu, generasi ini memiliki karakteristik berikutnya yaitu tidak dapat fokus pada satu hal dalam waktu yang lama.

Generasi *digital natives* cenderung cepat merasa bosan. Begitu pula ketika sedang belajar di kelas, generasi ini lebih memilih untuk mengalihkan perhatiannya kepada hal-hal yang lebih menyenangkan, seperti bermain dengan telepon genggam, daripada harus memperhatikan guru mengajar di depan kelas.

Menurut Septriana Tangkary, Direktur Pemberdayaan Informatika Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika (Aptika) Kementerian Kominfo, pengguna internet di Indonesia hingga tahun 2014 mencapai 82 juta orang.

Di mana sekitar 80% dari pengguna tersebut merupakan remaja berusia 15-19 tahun (Kemkominfo, 2014).

Dalam penelitian ini generasi *digital natives* yang dijadikan populasi adalah generasi yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Alasan penulis memilih wilayah tersebut adalah karena menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) hingga tahun 2012 wilayah tersebut termasuk wilayah dengan pengguna internet yang paling banyak dibandingkan dengan pengguna internet di wilayah lain di Indonesia. Pengguna internet di wilayah DKI Jakarta mencapai 3.538.000 jiwa yang aktif menggunakan internet dari total populasi DKI Jakarta sebanyak 9.583.000 jiwa (APJII, 2012).

3.3.2 Sampel

Metode *sampling* adalah pembicaraan bagaimana menata berbagai teknik dalam penarikan atau pengambilan sampel penelitian, bagaimana kita merancang tata cara pengambilan sampel agar menjadi sampel yang representatif (Bungin, 2013: 108).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampel nonprobabilitas yakni dengan teknik *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* atau teknik sampel bola salju merupakan metode penentuan sampel yang pada awalnya sangat kecil jumlahnya karena keterbatasan informasi (Effendi, 2012: 173).

Peneliti memilih teknik sampel ini karena adanya keterbatasan informasi mengenai generasi *digital natives* yang berdomisili di DKI Jakarta. Peneliti akan memberikan kuesioner kepada responden yang peneliti ketahui memiliki karakteristik sebagai generasi *digital natives* yang berdomisili di DKI Jakarta, kemudian responden yang telah dipilih oleh peneliti diminta untuk memberikan informasi mengenai responden lainnya yang memiliki karakteristik serupa untuk dijadikan responden selanjutnya. Hal ini terus dilakukan sampai jumlah responden sesuai dengan jumlah yang sudah ditentukan oleh peneliti.

Untuk menentukan berapa banyak jumlah responden yang akan diteliti, peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut (Sugiyono, 2006: 57):

$$n = \frac{N}{1+N\alpha^2}$$

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

α = Persentase tingkat kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (10%)

Maka dengan rumus Slovin tersebut, jumlah responden yang akan diteliti adalah:

$$n = \frac{3.538.000^*}{1 + (3.538.000)(0,1)^2}$$

*Merupakan jumlah pengguna internet di wilayah DKI Jakarta menurut data dari APJII 2012.

$$n = \frac{3.538.000*}{1 + 35.380}$$

$$n = \frac{3.538.000*}{35.381}$$

$$n = 99,99$$

$$n = \mathbf{100}$$

Dari rumus Slovin tersebut ditemukan bahwa jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 orang. Dalam mengumpulkan sampel, peneliti memulainya dari 10 orang pertama yang peneliti ketahui memenuhi syarat sebagai responden, yakni generasi *digital natives* yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Kemudian dari 10 orang tersebut, peneliti bertanya apakah ada kerabat atau individu berikutnya yang layak dijadikan responden sesuai dengan syarat, yang kemudian peneliti menghubungi calon responden tersebut apabila memenuhi syarat sebagai responden.

Sebelum peneliti memberikan tautan untuk mengisi kuesioner, peneliti terlebih dahulu bertanya kepada calon responden mengenai usia dan tempat tinggal. Ketika sudah sesuai dengan syarat untuk menjadi responden, peneliti langsung memberikan tautan yang merujuk pada kuesioner penelitian. Hal tersebut peneliti lakukan sampai memenuhi kuota responden yang dibutuhkan dalam penelitian yaitu 100 orang.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, variabel yang akan diukur adalah kredibilitas media melalui dimensi-dimensi yang digunakan oleh Flannagin dan Metzger sebagai konsep multidimensional yang digunakan untuk mengukur kredibilitas media.

Menurut Bungin (2006: 60), dalam pengertian yang lebih konkret sesungguhnya variabel itu adalah konsep dalam bentuk konkret atau konsep operasional tergantung pada jenis penelitian yang dilakukan. Agar variabel dapat diukur maka variabel harus dijelaskan ke dalam konsep operasional variabel, untuk itu maka variabel harus dijelaskan parameter atau indikator-indikatornya.

Melalui tabel di bawah ini, peneliti akan menjelaskan variabel beserta indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Deskripsi	Indikator
Kredibilitas Media	<i>Believability</i>	Kepercayaan yang ditimbulkan oleh audiens ketika membaca sebuah berita yang	1. Narasumber yang digunakan dalam sebuah berita sesuai dengan tema berita 2. Fakta yang disajikan dalam

		disajikan oleh media <i>online</i>	setiap berita sesuai dengan situasi/fenomena yang terjadi
	<i>Accuracy</i>	Tingkat akurasi yang dimiliki oleh berita pada media <i>online</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian judul dengan isi berita 2. Ketepatan penulisan data, narasumber, tanggal, dll. 3. Penulisan kalimat dengan menggunakan EYD yang tepat
	<i>Trustworthiness</i>	Kepercayaan audiens terhadap sebuah media online	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa percaya yang timbul terkait dengan <i>brand</i> (merk) atau nama lembaga di

			belakang media tersebut.
	<i>Bias</i>	Objektifitas jurnalis dalam menulis berita dalam sebuah media <i>online</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fakta-fakta yang diungkapkan tidak seimbang atau cenderung berasal dari satu pihak 2. Penulisan berita terkesan mengandung opini wartawan
	<i>Completeness</i>	Kelengkapan data yang disajikan dalam sebuah media <i>online</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan data yang ditulis dalam sebuah berita dianggap memadai untuk memahami fenomena yang diberitakan

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data adalah dengan metode angket atau kuesioner yang dibagikan langsung kepada responden secara *online*. Menurut Bungin (2006: 123), metode angket atau kuesioner merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.

Kuesioner tersebut akan disebar secara *online* mengingat populasi yang ditentukan oleh peneliti cukup besar dan bisa tersebar luas di seluruh daerah. Sebelas pertanyaan dari 12 pertanyaan dalam kuesioner ini bersifat langsung dan tertutup. Artinya, angket yang merupakan daftar pertanyaan diberikan langsung kepada responden, dan dalam mengisi angket, responden diharuskan memilih karena jawaban telah disediakan. Satu pertanyaan dalam kuesioner merupakan pertanyaan terbuka di mana responden mengisi sendiri jawabannya sesuai dengan pertanyaan yang diajukan.

Dalam penelitian ini, 12 pertanyaan dibuat dalam kuesioner yang nantinya akan diisi oleh responden. Sebelas pertanyaan merupakan pertanyaan penelitian sesuai dengan dimensi yang telah ditetapkan yaitu dimensi kredibilitas dari Flannagin dan Metzger sebagai berikut:

- Pada dimensi *believability* terdapat dua pertanyaan, yaitu pertanyaan mengenai terpercaya atau tidaknya seorang narasumber dan kesesuaian narasumber dengan isi berita
- Pada dimensi *accuracy* terdapat lima pertanyaan, yaitu mengenai kesesuaian judul dengan isi berita, kesesuaian penulisan data seperti nama

narasumber dan tanggal, kesesuaian penggunaan kosakata, penggunaan ejaan sesuai dengan ejaan yang berlaku, dan ada atau tidaknya kesalahan penulisan data maupun kalimat dalam berita

- Pada dimensi *bias* terdapat dua pertanyaan, yaitu mengenai apakah pemberitaan terkesan berasal dari satu sisi atau memihak pada suatu pihak tertentu dan apakah pemberitaan mengandung opini wartawan
- Pada dimensi *completeness* terdapat satu pertanyaan yaitu mengenai kelengkapan data pada sebuah berita dapat menjadi informasi yang baik
- Pada dimensi *trustworthiness* terdapat satu pertanyaan yaitu penilaian masyarakat terhadap media-media tersebut berdasarkan reputasi kredibilitasnya.

Satu pertanyaan merupakan pertanyaan terbuka untuk mengetahui apakah ada faktor lain yang dapat menentukan kredibilitas berita pada sebuah media *online*. Sebelum responden menjawab ke-12 pertanyaan tersebut, responden akan mengisi pertanyaan mengenai profil seperti pekerjaan, usia, jenis kelamin, frekuensi menggunakan internet, dan frekuensi mengakses portal berita.

Untuk setiap pertanyaan dalam 12 pertanyaan penelitian tersebut, responden akan memberikan skor untuk masing-masing media *online* yang telah dituliskan di bawah setiap pertanyaan.

Dalam pertanyaan penelitian tersebut, peneliti menggunakan skala *Likert* sebagai skala pengukurannya. Menurut Riduwan dan Kuncoro (2008: 20), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Skala ini peneliti gunakan karena

sesuai dengan penelitian yang dilakukan yaitu bagaimana persepsi masyarakat sebagai audiens dalam menilai kredibilitas berita pada media *online*.

Dalam penelitian ini serangkaian pernyataan dalam kuesioner akan dijawab atau diisi oleh responden dengan pilihan yang menunjukkan seberapa penting sebuah indikator dalam menentukan tinggi atau rendahnya kredibilitas suatu berita dalam portal berita *online* melalui skala ordinal.

Skala atau data ordinal, menunjukkan data dalam suatu urutan tertentu atau dalam satu seri. Skala ordinal ditentukan sendiri oleh peneliti di mana pemberian angka lebih besar atau lebih kecil untuk suatu kategori tidak menjadi persoalan (Bungin, 2006: 121).

Sedangkan menurut Effendi (2012: 103), skala atau ukuran ordinal memungkinkan peneliti untuk mengurutkan respondennya dari tingkatan “paling rendah” ke tingkatan “paling tinggi” menurut suatu atribut tertentu. Dalam penelitian ini atribut tersebut akan dijelaskan melalui pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam kuesioner.

Untuk pertanyaan profil responden mengenai frekuensi penggunaan internet dan frekuensi mengakses portal berita, peneliti menggunakan skala interval pada pilihan jawabannya. Menurut Effendi (2012: 104), skala interval mengurutkan orang atau objek berdasarkan suatu atribut. Dalam pertanyaan profil, peneliti mengurutkan berapa jam dalam sehari responden menggunakan internet dan mengakses portal berita, misalnya seperti contoh di bawah ini:

- < 1 jam
- 1-2 jam
- 3-5 jam
- > 5 jam

Dalam satu pertanyaan profil dalam kuesioner penelitian mengenai usia, peneliti menggunakan batas bawah dan batas atas serta interval jawaban sesuai data dari APJII mengenai usia pengguna internet di Indonesia. Dalam data tersebut APJII sudah membagi usia pengguna internet antara generasi *digital natives* dengan *digital immigrants*.

Dalam penelitian ini, tinggi rendahnya kredibilitas berita melalui indikator yang telah ditentukan dinilai melalui skor sebagai berikut:

- a. Sangat tinggi, memiliki skor 5
- b. Tinggi, memiliki skor 4
- c. Biasa saja, memiliki skor 3
- d. Rendah, memiliki skor 2
- e. Sangat rendah, memiliki skor 1

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, di mana data dalam penelitian ini diperoleh dari variabel yang telah ditentukan oleh peneliti. Variabel yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kredibilitas media. Melalui analisis deskriptif, variabel tersebut akan dideskripsikan melalui

perhitungan yang digunakan untuk mengetahui nilai akhir jawaban dari masing-masing dimensi.

Tahap-tahap analisis data dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemeriksaan akan kelengkapan jawaban. Pada tahap ini data yang diperoleh diperiksa kembali untuk mencari jawaban dari kuesioner yang tidak lengkap.
2. Menghitung jumlah nilai dari masing-masing jawaban dalam kuesioner.
3. Menghitung nilai akhir jawaban responden dengan menggunakan rumus:

$$P = f/N \times 100$$

P : Nilai

f. : Jumlah skor

N : Skor maksimum

Jika dilihat dari hasil nilainya ditentukan tingkat kredibilitasnya sebagai berikut:

- a. 0 - 20 = Sangat rendah
- b. 21 - 40 = Rendah
- c. 41 - 60 = Cukup
- d. 61 - 80 = Tinggi
- e. 81 - 100 = Sangat Tinggi